



毎月1回、ビジネスのお役に立つ情報をおとどけいたします。

U-mic News No.15

ユーミックは、さまざまな得意分野を持つコンサルタントが集まったスペシャリスト集団です。

Monthly voice

先日、ある仕事で連続して通信販売会社に電話をかけました。どの企業も質問内容や順番がほとんど同じで、マニュアルが整備されて教育がなされていることが分かります。しかし、その中で印象に残る企業は質問をした後の対応に大きな違いがありました。

◆普通の企業◆

企業：「お肌の調子で気になる点はありますか？」（←これはマニュアル）

お客様：「乾燥が気になります」

企業：「わかりました。次の質問ですが・・・」

これでは、自分が聞きたいことを聞き出しているだけにすぎず、表面的な顧客ニーズしかつかむことができません。【聞く(hear)は門構えの中に耳がある。つまり自分に都合のよいことだけを聞くを意味します】

◆印象に残る企業◆ 印象に残る企業は下線部の対応が違います。

企業：「そうなんですね。季節の変わり目ですので普段より乾燥しやすくなっているんですよ。

潤いがないとお化粧のノリにも影響しますし、気になりますよね。どの部分がとくに気になりますか？・・・」

印象に残る企業は、相手にした質問の答えに対して反応し、共感し、さらに話を深めようとします。そうすることで、顧客の本当のニーズを探り、薦めるべき最適な商品を提案できるのです。（上記の例でいえば、話を深めていくことにより、特に気になる部分に効果のある商品を提案したり、塗り方のアドバイスが可能になります。）顧客としては、話をしっかり聴いてもらえたという気持ちになり、この企業はしっかりしているなと確信し、企業に対する信頼感が生まれてきます。この対応はマニュアル化できませんので、従業員一人ひとりの「聴く力」を向上させる必要があります。【聴く(listen)は耳を傾け、全身全霊で相手の話を受け止める意味します】

サービス向上に力を入れる企業が増えている中で顧客満足度を高めるためには、マニュアルを超えた部分で差をつけることが重要となります。自社の「聴く力」の点検をしていただきたいと思います。

Monthly Book review

『神様の女房～もう一人の創業者・松下むめの物語～』

著者：高橋 誠之助 出版：ダイヤモンド社



¥1,365

パナソニックの創業期から発展までを松下幸之助夫人の視点で描いた物語です。松下幸之助の有名な経営哲学に「事業は人なり」というものがあります。よき人を擁する事業は繁栄するというこの考えを具現化していたのが夫人です。従業員のしつけには厳しい一方で、従業員の意向に沿わない会社都合の異動に対しては夫婦喧嘩をしてまで従業員を守る。従業員のために昼食を自ら準備して食べさせる。朝夕は工場の入口に立って従業員を迎え、見送る・・・など、我が子のように従業員に接する夫人の存在が会社の基礎作りに影響を与えています。また、取引先の拡大においても夫人のこまやかな心配りが大いに発揮されました。商談に来る人を家に泊めて歓待し、さらに着ている洋服を預かって洗濯し、アイロンがけて翌朝身に付けてもらう。この松下家のおもてなしは「お預かり」と呼ばれ、多くの来客者を感動させました。何をすれば相手に喜んでもらえるかということを常に念頭に置きながら人間関係を作り、そこからうまれた良いご縁を大切に。そうやってよき人を擁していき、町工場から会社を発展させていったのです。

この本の中には夫・松下幸之助の私利私欲に走らない経営に関するブレない考え・将来を見据えた壮大なスケールの夢・経営者としての判断力の素早さを物語るエピソードも盛り込まれています。

経営者・その家族・創業したい人などにお薦めしたいと思います。

※この物語はNHKにてテレビドラマ化が決定しています！ 『むさんこなお人やった』 10月1日(土)夜9時より・全3回

9月上旬に、吉田さんと一緒に、ある支援機関様の仕事で東京にある都道府県のアンテナショップの視察を行いました。20名を超える大人数での視察であり、また、不慣れな方も多かったのですが、グループ分けを行うなどの工夫をしながら、無事に終了することができました。

視察先の一つである有楽町にある東京交通会館は、10か所以上のアンテナショップが入居する「アンテナショップのデパート」的な存在です。また、近隣には「沖縄」などの人気のアンテナショップがあることから、有楽町界隈は、全国のいろいろな味を楽しむことができる場所となっています。一緒に視察を行った方々も大変満足されたようでした。特に人だったのは「北海道」と「沖縄」でしたが、これらの店舗については、店内に入るだけで、その地域の雰囲気を感じることでできる工夫がされていました。数多くあるアンテナショップの良かった点などを比較すると、色々な店づくりにも活用できると思います。

今回、視察された方々には、「良かった」と思った商品の一つだけ購入していただき、その後の研修で「どこが良かったのか」「なぜ購入したいと思ったのか」などについて、意見交換を行いました。「商品の購買動機」を知ることは、商品開発や販路開拓に直結することなので、ぜひお試しいただきたい手法です。また、私と吉田さんは、売場で見かけた「残念な商品」、つまりは、何らかの要因で売れないかもしれない商品を購入してきました。これらも研修で活用し行きますが、良い事例だけではなく、悪い事例を反面教師として学ぶことも効果的な取り組みになります。

渡貫 久
Watanuki Hisashi

大学卒業後、広島市に本社のある食品スーパーマーケットに入社。現場、人事、経営企画、業務改善を経験後、中小企業診断士の資格を取得し、独立。スーパーマーケットや食品メーカー、飲食店等、食や流通関連の企業を中心としたコンサルティングのほか、公的機関や学校、民間企業向けの研修を行なっている。中小企業診断士

今年1月から支援を継続している製造業にて7月からビデオカメラを使った現場改善活動の支援をしています。当方を含めたメンバーにて現場撮影・動画編集を行い、社内の管理職を集め検討会を運営しています。工程毎にビデオを見ながらムダな作業などがないかをディスカッションしています。当方たちも議論が活発となるよう、呼び水となる発言をしております。回を重ねていくうちに、はじめはあまり意見を言わなかった方や少しずつ発言するようになり、ムダな箇所を気づきにくかった方も慣れてきたようになってきました。検討会終了後、工程の担当者は問題点、改善策のアイデアをまとめ次回までに改善策を発表します。

老子の言葉に「授人以魚 不如授人以漁」というものがあり、「人に魚を与えれば一日で食べてしまうが、釣りを教えれば一生食べていける」という意味だそうです。現場改善においても、改善策を単に教えるのではなく、改善の考え方、習慣を身につけてもらいたいと思います。そうしなければ、言われたことだけしかしない、問題意識を持たない社員のままです。「問題意識を持つ」というのは、まさに「言うは易く行うは難し」であり、今後私の支援テーマの一つとして取り組んでいきたいと思っています。

吉田 英憲
Yoshida Hidenori

大手電機メーカーでITソリューションの営業、市場調査、経営企画などの業務を経験。現在は、ビジネスプランの作成支援の他、採算分析を踏まえた赤字企業の立て直し、業務効率化（IT活用含む）、後継者の立場に立った事業承継などの支援を行なっている。中小企業診断士 行政書士

* 古田由美の原稿はお休みさせていただきます。